Casa Publicadora Brasilera
Comentarios de la Lección de Escuela Sabática

II Trimestre de 2012
Evangelismo y testificación

Lección 7
(12 al 19 de Mayo de 2012)

Evangelización y testificación corporativos

Marcelo E. C. Dias

El modelo bíblico

Tanto en el Antiguo como en el Nuevo Testamento, encontramos la idea de la evangelización y la testificación corporativas. Dentro de una dinámica que refleja la cosmovisión bíblica, el evangelismo personal (el cual tratamos la semana pasada) y el evangelismo corporativo, ambos armonizan, se complementan, se continúan, pero no se sustituyen. En el contexto específico de la iglesia del primer siglo, tal como se describe en el libro de los Hechos y en los demás libros del Nuevo Testamento, este concepto se vuelve más evidente aun, y se convierte en un modelo para todos los grupos de cristianos.

Juan, el Bautista, y Jesús, ejemplos misioneros del Nuevo Testamento, tuvieron discípulos que –como grupo– continuaron el trabajo de su maestro proclamando el evangelio. En raras ocasiones los discípulos son mencionados trabajando en soledad. Jesús determinó que la eficacia del testimonio de sus discípulos dependería de la relación entre unos y otros –un testimonio corporativo– (Juan 13:35). En la oración sacerdotal, Jesús reforzó la importancia del testimonio de la iglesia para que la misión fuera concretada con eficiencia: “Para que el mundo conozca que tú me enviaste, y que los amaste…” (Juan 17:20-23). Si el testimonio personal coherente es fundamental en el evangelismo personal, el testimonio corporativo igualmente coherente es esencial para el evangelismo corporativo.

Una de las principales señas de la iglesia apostólica descripta en el libro de Hechos es su convivencia como una comunidad. Lucas pareció trazar una relación estrecha entre el testimonio corporativo y la misión, al escribir así acerca de los cristianos primitivos: “Seguían reuniéndose cada día en el templo. Y en las casa partían el pan y comían juntos con alegría y sencillez de corazón, alabando a Dios, y disfrutando la simpatía de todo el pueblo. Y el Señor agregaba cada día a la iglesia a los que iban siendo salvos” (Hechos 2:46, 47). Y también, al mencionar que “los apóstoles daban testimonio de la resurrección del Señor Jesús con gran poder. Y todos disfrutaban de abundante gracia. Ningún necesitado había entre ellos” (Hechos 4:33, 34). Esta unidad era parte integral de la iglesia e influía en la actividad cotidiana, reflejándose en las actividades misioneras.

Pablo, pese a ser normalmente considerado como un evangelista itinerante solitario, también ministró en asociación con otros, en un modelo de evangelismo corporativo, y siempre estuvo insertado en el contexto de la iglesia. Tal vez Romanos 1:11, 12, 15 sea una de las explicaciones más claras de la visión de Pablo sobre la dinámica de la comunión con el testimonio: "Ansío veros, para comunicaros algún don espiritual que os fortalezca. Esto es, para ser mutuamente confortados, por la fe común a vosotros y a mi… En cuanto a mí, estoy ansioso de anunciaros el evangelio también a vosotros que estáis en Roma".

Según el estudio de George W. Murray, Pablo se involucró en el evangelismo corporativo por ocho razones:

1. Comunión (Hechos 9:19, 26-28).
2. Compañía (Hechos 18:18; 19:29; 20:34; 27:1, 2; 28:15).
3. Protección (Hechos 9:30; 17:15; 20:2-4).
4. Ánimo (Hechos 28:15).
5. Combatir el hambre (Hechos 11:30; 20:4).
6. Suplir las necesidades materiales (Hechos 18:1-3; 24:23; 28:14).
7. Ministerio de la edificación (Hechos 11:25, 26; 14:21-23; 15:33, 40-41; 16:4, 5; 19:9; 20:6-38).
8. Ministerio del evangelismo (Hechos 9:28-30; 13:1-5, 13-16m 44-m 46; 14:1, 7, 20, 21, 25; 17:1-15: 18:5-8).

En estas breves consideraciones es importante mencionar el texto de 1 Pedro 2:9 nuevamente (ya fue citado en el comentario de la Lección 2). Pedro, en su multifacética descripción de la iglesia, utilizó imágenes colectivas en conexión con la misión. Cuando él escribió "Pero vosotros sois linaje elegido, real sacerdocio, nación santa, pueblo adquirido para Dios, para que anunciéis las virtudes de aquél que os llamó de las tinieblas a su luz admirable", el apóstol enfatizó el testimonio como evangelismo corporativo. El versículo 12 es igualmente aclarador: "Mantened una conducta ejemplar entre los gentiles, para que, en lo que os acusan de malhechores al ver vuestras buenas obras, glorifiquen a Dios en el día de la visitación".

La iglesia "corporativa"

El título de esta sección podría ser simplemente un pleonasmo (repetición innecesaria) o redundancia. Sin embargo, desde el comienzo de la era cristiana, la iglesia ha enfrentado cinco desafíos para mantener su identidad según el modelo bíblico, lo que ha minado el potencial de la iglesia hacia el evangelismo corporativo. [1]

1. **Individualismo**. El individualismo pregona la independencia de la vida espiritual del cristiano y lo lleva a cuestionar la propia noción de iglesia. El individuo se convierte en el único responsable por la espiritualidad y la misión. No le basta a la iglesia ser una comunidad de testigos, tienen que ser una comunidad testificadora.

[1] Alvin Reid, *Evangelism Handbook,* p. 368.

2. **Institucionalización**. El énfasis exagerado en el aspecto geográfico de la iglesia la hace sólo un lugar en el que los cristianos se reúnen para alabar y ser elevados espiritualmente. Sin embargo, la iglesia funciona dentro de una dinámica maravillosa, en la que –en algunos momentos– la iglesia está reunida en un lugar geográfico, como –por ejemplo– en los cultos, y en otros momentos es una iglesia dispersa que alcanza o abarca extensiones geográficas y culturales.

3. **Pragmatismo**. Los cristianos también han sido desafiados a seguir el modelo encarnacional de Jesús en vez de apoyarse en un modelo pragmático, en el cual se acomodan y –como máximo– colaboran asistiendo al programa de la iglesia.

4. **Compartimentización**. El desafío de la iglesia es trabajar de manera tal de tener a todos los miembros del cuerpo con un único enfoque. El modelo de Hechos incluía testificación, comunión, adoración y enseñanza en un contexto cotidiano, como un ministerio integral.

5. **Consumismo**. Finalmente, la iglesia ha sido desafiada a conducir a las personas de un modo “consumista” a uno de servicio. La iglesia no es un producto publicitado comercialmente.

Expresiones cotidianas reflejan esas ideas. “Me voy a la iglesia”, como “Voy al supermercado”; “asisto a la iglesia”, como “asisto a la escuela”; “pertenezco a una iglesia”, como “pertenezco a un club”. La corrección de estos énfasis unilaterales pasa por la idea de que la iglesia es un grupo de *personas en una misión santa*. La iglesia no puede perder sus características de organismo y movimiento, de acuerdo con el modelo bíblico.

El evangelismo corporativo

Cuando la iglesia reconoce y entiende su identidad, el evangelismo corporativo se vuelve algo natural. La vida dinámica del Cuerpo de Cristo sólo permanece saludable cuando cumple sus objetivos.

Un modelo básico de ellos apunta a cinco categorías generales:

1. Adoración: “Amarás al Señor, tu Dios, con todo tu corazón”.
2. Ministerio: “Ama a tu prójimo como a ti mismo”.
3. Evangelismo: “Id, y haced discípulos…”.
4. Comunión: “Bautizándolos…”
5. Discipulado: “Y enseñándoles a que guarden todas estas cosas que os he mandado”. [2]

Al enfocar la actividad evangelística de la iglesia, prácticamente se percibe que ella sigue los mismos pasos del evangelismo personal. El evangelismo corporativo debe:

1. Seguir los principios bíblicos;

---

[2] Rick Warren, *The Purpose Driven Church*

2. Ser dependiente de la orientación espiritual (a través de la oración y el Espíritu Santo);
3. Estar centrado en el evangelio;
4. Presentar a Jesús;
5. Tener en cuenta el contexto;
6. Involucrar a todos de manera integral;
7. Invitar a las personas a la conversión y a la comunión de la iglesia.

Hay diversas estrategias para el evangelismo corporativo, es decir, que involucran a la iglesia como un todo. Entre ellas, las más conocidas son series de conferencias, grupos pequeños, clases bíblicas, distribución de literatura, proyectos comunitarios, parejas misioneras. Vale la pena recordar, no obstante, que no todo evangelismo corporativo debe ser necesariamente ***atraccional***. El contexto actual favorece el uso de esfuerzos para el evangelismo corporativo ***misional***, que va al alcance de las personas donde ellas se encuentran, demostrando también, en este proceso, el verdadero interés.

En la práctica se observan diversas e importantes ventajas del testimonio corporativo. Aquí hay tres de ellas:

1. En primer lugar, las personas que se convierten en el contexto de una comunidad son las que tienen mayores oportunidades para permanecer en la iglesia. El *creer* y el *pertenecer* deben formar parte de una única experiencia. Algunos sugieren que el *pertenecer* debe ir hasta incluso antes del *creer*. Por lo tanto, el evangelismo corporativo debiera concentrarse en ayudar a las personas a *pertenecer* y *creer*.

2. En segundo lugar, en esta dinámica de creer y pertenecer, la mayoría de las personas que fueron alcanzadas con el evangelio a través del evangelismo corporativo reconoce la importancia del evangelismo personal, de algún modo, en el proceso de su conversión, demostrando así la dependencia entre las dos realidades.

3. Finalmente, el evangelismo corporativo es capaz de moldear exactamente lo que se busca recrear: una comunidad de cristianos. Otras ventajas de este abordaje colectivo incluyen la incomparable glorificación a Dios, la mayor credibilidad de un grupo de testigos, la posibilidad de unir dones espirituales, el apoyo mutuo frente a una batalla espiritual, la responsabilidad compartida, el alcance incalculable en las misiones mundiales y resultados más abundantes. [3]

La *Creencia Fundamental* número 12 de la Iglesia Adventista define que “la iglesia es la munidad de creyentes que confiesan que Jesucristo es Señor y Salvador… nos reunimos para adorar, para estar en comunión unos con otros, para recibir instrucción en la Palabra, para la celebración de la Cena del Señor, para servir a toda la humanidad y para proclamar el evangelio en todo el mundo”.

Eso no siempre sucedió ni sucede. Muchas veces, el contacto con la comunidad quedaba reservado para una etapa posterior al bautismo. Hoy, las iglesias buscan integrar a las personas a través de el Club de Conquistadores, la Asistencia a la Co-

---

[3] George W. Murray, *Paul's Corporate Evangelism in the Book of Acts.*

munidad, las Clases Bíblicas, el departamento JA, y el Ministerio de la Mujer, en una visión integral de comunidad.

Nuestro evangelismo

Una de las principales características del actual fenómeno de las redes sociales es la conformación de comunidades basada en intereses comunes. Pertenecer a esas comunidades significa estar ligado a la identidad de aquellos que pertenecen a dicha red social. Es así como la sociedad actual suple esa necesidad universal.

Curiosamente, ya en 1958, Suzanne de Dietrich identificaba un hambre y una sed por una comunidad en el mundo, y eso señalaba a la iglesia. Una parte esencial del llamado de la iglesia es mostrar al mundo que es una verdadera comunidad, una comunión de personas libres, aunque sujetadas unas a otras por un llamado y un servicio comunes. [4]

Formar parte de la familia de Dios suple nuestra necesidad de pertenecer y transforma nuestra identidad. Rick Richardson explica que “toda vez que las personas adhieren a una nueva identidad –la transformación que ocurre en el momento de la conversión– están abrazando a la comunidad que hace posible esa identidad”. [5] Expresiones como Dios, Oración, Devoción, Adoración, Confesión, Obediencia, y Pecado son conceptos y disciplinas que no significan nada cuando están desconectadas de las prácticas de una comunidad.

Si tú entiendes eso, sabrás testificar corporativamente. Aquí hay algunas sugerencias:

1. **Promueve** la unidad y el amor cristianos en tu iglesia.
2. **Ayuda** a los miembros de tu iglesia a testificar.
3. **Planifica** proyectos misioneros en la iglesia con tu grupo de amigos.
4. **Participa** de los proyectos misioneros corporativos de la iglesia.
5. **Expone** a tus amigos que no son de la iglesia la vida corporativa de tu iglesia. Permite que ellos vean cómo la iglesia forma parte de tu vida diaria y las bendiciones relacionadas con ello. Por ejemplo, no ocultes tu compromiso con el ensayo de coro de la iglesia o una distribución de alimentos en la campaña de Navidad.
6. **Habla** a tus amigos acerca de las actividades de la iglesia. Tal vez puedas compartir tu impresión acerca de los talentos del nuevo pastor o tu satisfacción con el nuevo proyecto comunitario. Eventualmente, si fuera posible, hablar directamente acerca de lo que significa la iglesia para ti y su importancia para tu vida.
7. **Invita** a tus amigos a conocer a amigos de la iglesia y a visitar el templo.

El Pacto de Lausanna define que “la evangelización también nos convoca a la unidad, porque ser un solo cuerpo refuerza nuestro testimonio… Reconocemos, no obstante, que la unidad organizacional puede tomar muchas formas y no activar necesariamente la evangelización. Sin embargo, nosotros, que compartimos la misma fe bí-

---

[4] Suzanne Dietrich, *The Witnessing Community,* p. 13.
[5] Rick Richardson, *Reimagining Evangelism,* p. 52.

blica, debemos estar íntimamente unidos en la comunión unos con otros, en obras y en testimonio”.

Ilustración

John Stott describe al evangelismo a través de la iglesia local como “el método más normal, natural y productivo de esparcir el evangelio en la actualidad”. Por otra parte, Francis Schaeffer argumenta que, si falta lo principal, no puede esperarse que el mundo escuche a la iglesia, aun cuando esta tenga las respuestas correctas. Las respuestas son esenciales, pero es necesario recordar que la “apología definitiva”, cómo él la denomina, es el amor observable entre los verdaderos cristianos.

Para eso, Alan Hirsch sugiere un cambio radical de mentalidad. De “*comunidad para mí*”, hacia “*yo para la comunidad, y la comunidad para el mundo*”. Nos entristece la reflexión sobre el hecho de que si algunas de nuestras iglesias dejaran de existir súbitamente, la comunidad no sentiría su ausencia. El evangelismo corporativo muchas veces no ha sido eficaz ni siquiera con los más cercanos. Pero tal vez debiéramos preguntarnos qué acontecería con nosotros si las comunidades dejaran de existir. Si eso no deja un vacío, ciertamente el foco de nuestra vida no ha sido misionario.

“Nuestra mayor necesidad es la de un corazón puro, limpio, y una mente comprensiva. Toda clase de falsedades mentirosas se presentaron para tentar a Cristo, y también serán utilizadas contra el pueblo que guarda los mandamientos de Dios. ¿Cómo vamos a probar que todo eso es falso? ¿Acaso tenemos que construir una pared entre nosotros y el mundo?”. [6]

Pr. Marcelo Dias
Profesor
Seminario Latinoamericana de Teología
Sede Univ. Adv. de San Pablo
Doctorando en Misiología (Univ. Andrews).



Traducción: Rolando D. Chuquimia
© RECURSOS ESCUELA SABÁTICA

RECURSOS ESCUELA SABATICA
http://ar.groups.yahoo.com/group/Comentarios_EscuelaSabatica
http://groups.google.com.ar/group/escuela-sabatica?hl=es
Suscríbase para recibir gratuitamente recursos para la Escuela Sabática

[6] Elena G. de White, *Pastoral Ministry*, p. 91.